新媒体环境下微视频的制作与传播探析

摘　要：随着信息时代步伐的迈入，新媒体得到了不断的发展，计算机、手机应用的普及让微视频真正步入了人们的日常生活中。运用音频、视频、文字等多种方式为主的传播实时、互动、高效、便捷。微时代推动了微文化的发展，微视频也就成为当下最亲民、最便捷的文化传播方式之一。本文主要分析了新媒体视频的演化，探索了微视频的制作和传播，研究了微视频的文化价值，分析微视频存在的问题以及未来的发展趋势，并针对微视频的发展提出相应的建议和意见。

关键词：微视频；制作；传播

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）01-092-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.01.035

文 / 李建束

前言

无论是传统传媒还是学术界，对微视频的发展前景都莫衷一是。有人认为微视频的兴起只是一时之快，但是有人则认为现在已经进入了全民发声的时代，认为微视频可以走得更远。微视频到底能走多远并不是某一个人说了算，甚至不是某一部分人。如果微视频能够像传统影视作品一样承载文化功能，担当文化精神的传承责任，微视频还是能够真正地成为文化大餐，受到更多的关注，被更多受众喜欢。

1. 新媒体视频演化

网络新媒体时代，通过手机、电脑进入通信网，互联网扩展接入能力，随时随地提供各种服务。互联网的兴起并不是简单的技术进步，互联网是一种双向交流的媒介，与传统传媒相比较，互联网中的受众不仅仅是被动地观看，还能够主动地参与其中，从自行点播到兴趣关注，对所有的人都进行传播[1]。互联网新媒体的进入门槛非常低，在满足了受众信息需求的同时，也给予了受众更大的信息获取权。传统媒体和新媒体的融合形成了独特的个人媒体时代。从各大媒体渠道总体渗透而言，互联网已经超越了传统媒体，成为当前媒体传播的主流。

2. 微视频的制作与传播

2.1 微视频内容

微视频就是时间很短的视频，一般不会超过 15 分钟，片长时间段、制作周期快、相对内容也足够精彩，再加上新媒体时代视频传播的便捷，受众可以随时随地参与视频浏览和展示，尤其是智能手机和 4G 网络的发展，在很大程度上推动了微视频的普及。微视频大致可以分为以下几个类型：（1）情节类，讲述一个故事或者剧情，亦可以称呼其为微电影；（2）微纪录片，记录日常生活、人物故事等纪实性短片，例如《舌尖上的中国》；（3）其他短片，搞笑视频、奇闻逸事等等类型的内容。

2.2 传播特点

微视频的制作门槛低，除了专业导演制作的商业性微电影之外，还存在很多草根导演原创的非商业性短片。微电影时间短、制作小、投入少，普通人也可以进行制作微视频。电影也不再是艺术家的专利，满足了普通人希望通过电影表达的愿望和需求。因为微视频的制作门槛低，所以参与度就居高不下，内容形式也就多种多样。微视频形成了广告微视频、游戏微视频、互动微视频等几种形式[2]。

2.3 传播渠道

微视频有着制作简单、传播范围多样等特点，使微视频和新媒体进行高度结合，而新媒体高速发展的趋势，又增加了微视频传播的渠道。互联网是微视频的主要播出平台，在微视频传播中起到了重要的作用。优酷、土豆、腾讯、爱奇艺等各大视频网站都有各自的微视频频道。手机移动终端是微视频的另一个重要的播放平台，手机观影的便捷性成为很多观众观影的首选，微视频“短、快、精”的特点发挥得淋漓尽致。

3. 微视频的文化

微视频不可否认是影视发展中的一种新的文化形态，也是影视行业中的一部分，同样也是艺术表达的一种体现。文化中的艺术价值分为物质层面和精神层面，物质层面指微视频的物质存在，数字储存、视频传播等等方面。精神层面就在于微视频的文化价值观，是人们欣赏、积极向上、正能量、符合社会发展核心价值的伦理准则，以及微视频的生产、传播以及各种相关活动的文化现象。

微电影的特点“精、短”，是对当前时代的快餐文化的一次迎合。微视频节奏紧凑、语言精练，在制作模式上相对更加灵活多变，能够极大地满足当前年轻人的文化消费需求。微电影的一种重要的特性就是能够实现与受众的相互交流，传统媒体只能单一线性地进行传播，受众是被动的信息接受者。但是微视频的存在使人们能够进行视频分享，观看视频的同时还能够表达自身的情感。微视频的内容丰富多样，无论是家庭感情类、还是幽默搞笑短片等等，各个类型内容的视频丰富了人们的

影视文化生活，也拓宽了人们观看视频的视野。

微视频的存在是大众文化的一种体现，市民文化与官网主流文化相比，是民间文化和通俗文化的区别，有着娱乐、流行、商业等特点[3]。微视频一个重要的功能就是满足了人们的休闲娱乐需求，人们观看传统电影的娱乐方式已经发生了转变，不再受到地域、时间、空间上的限制，随时随地就可以观看视频进行放松身心。人们不但可以观看微视频，还可以参与进去进行评价，甚至参与制作。微电影的内容亲民，用独特的视角演绎出了人生百态，使老百姓的梦想照进现实，真正地展示出了平民百姓的生活，成为平民大众表达理想宣泄情绪的平台。

4. 微视频存在的问题

4. 1 制作水平低

微视频的低门槛给予了很多民众参与影视作品制作的机会，同时也就造成了很多短视频的粗制滥造。其实算不上是粗制滥造，但是由于缺少相应的专业技术能力而作品良莠不齐，很多短视频的作品为了迎合市场，盲目获取点击量而哗众取宠，失去了视频作品中的艺术品格。制作水平不高，视觉感受混乱。

4. 2 缺乏原创精神

很多视频作者都缺乏原创精神，为了创作而创作，不能够表现自身的意愿，只能粗劣地模仿经典电影桥段或者故事框架，对原作的经典镜头进行借用，或者直接盗用经典作品中的镜头进行剪辑。这种行为不但缺少真正的影视作品的创新精神，更是对经典作品的一次亵渎。视频制作中的模仿、拷贝、拿来主义都是对原作者的侵权行为，也是自身水平不高的体现。

4. 3 文化传承不足

短视频的制作成本低，只能过度依赖商业化模式，某种程度上而言就失去了艺术表现力。经济控制艺术，具有艺术审美的特性就会被商业娱乐磨灭，很多短视频制作团队的活动经费都来自于广告商的赞助，于是视频中充斥着大量的广告带入，极大地影响了受众的审美观[4]。微视频作为一种文化艺术的表达，其真正的核心还得是文化魅力，真正做到商业和文艺的持平，才能避免微视频的过分商业化。

4. 4 思想引导低俗化

微视频的作品过于追求“轰动效果”，很多内容哗众取宠，纷纷使出浑身解数企图一夜成名。很多短视频都粗俗、媚俗，根本没有一丝对文化责任的承担。很多作品追求感官的刺激，过度影像化，缺乏内心深处灵魂的拷问，作品没有深度，失去了艺术的品格。过度娱乐化、商业化的作品，缺少艺术表现中的人文精神，在思想引导上踏入歧途。

5. 加强微视频发展的策略

5. 1 提高艺术水平

微视频想要在新媒体的环境下走得长久，就必须要提高自身的艺术水平。重视专业素质的应用，打造出高素质的影视团队，对微视频的品牌质量要爱惜。除了制作、演员、导演等硬件设施，剧本的内容也要同样具备较高的艺术价值。

5. 2 提升文化内涵

影视作品的艺术价值表现在其对文化的表现力中，短视频作品也应该在内容中注入文化元素，将民族元素、国家情怀注入作品之中。作品结构上要注重娱乐和商业的结合和平衡，做到既叫好又叫座，既能够收获经济利益，又能表达艺术精神。

5. . 3 承担文化使命

微视频的传播广、受众大，作为一门艺术形式，应该承担起传播文化的责任和使命[5]。微视频面向大众，应该拥有自身独立的艺术表达，对社会的传播应该是有益的。作品中要重视人文关怀，坚守品位，抵制低俗。

5. 4 建立文化评估体系

微视频的经营还缺少相应的管理，但是从业者不能因为缺少管理而失去自律。要加强行业的媒介素养，提高自身文化素养，创造出积极向上的影视作品。相关监管部门也应该出台相关管理政策，对微视频等影视作品进行严格审核，建立相应的评估机制，筛选、剔除掉不符合时代精神的作品。

结语

新媒体时代文化发展生机勃勃，多种文化交融杂糅。微视频就是在这种多文化冲击下产生，所以微视频也迎合了网络时代的审美需求，也整合了多元文化的各种特性。微视频的发展，必然会提升其制作技术，提高微视频作品中的文化传承能力，借鉴传统影视作品的管理制度和运营，才能够作为一种艺术表达形式而历久弥新。媒

参考文献

[1] 高崇，杨伯溆 . 微视频的内容主题发展趋势分析——基于对新浪微博官方短视频应用“秒拍”上高转发微视频的研究 [J]. 新闻界，2016，03（12）：47-50.

[2] 沙玉萍，周建芳，刘桂芳 . 高校图书馆微视频服务研究——兼论信息素养教育微视频案例库 [J]. 图书情报工作，2015，07（15）：68-72.

[3] 伊亮亮，董玉琦 .CTCL 范式下微视频学习资源的开发与应用——以初中物理“光现象”单元学习为例 [J]. 电化教育研究，2015，05（08）：40-44+66.

[4] 汪茂华，陈彩虹，张赫，赵琴，汪晓慧 . 基于“合作学习”的微视频研究——记全国第九届有效教学理论与实践研讨会 [J]. 全球教育展望，2015，07（04）：123-128.

[5] 孔利华，温小勇，焦中明 . 微视频支持下的“学—教”学习模式实验研究——以“信息技术课程与教学论”为例 [J]. 电化教育研究，2015，11（02）：83-88.

（作者单位：珠海特区报社）